

(別冊)

# 視聽者対応報告

2022年1～3月

日本放送協会

<目次>

|                 |    |
|-----------------|----|
| 視聴者の意見・要望への対応状況 | 3  |
| 視聴者の声の内訳        | 3  |
| 放送番組への声         | 4  |
| 受信料への意見         | 4  |
| 技術・受信相談への意見     | 5  |
| 経営への意見          | 5  |
| インターネット活用業務への声  | 5  |
| 意見・要望への改善・対応事例  | 6  |
| 誤記・誤読・間違い指摘への対応 | 11 |
| その他のNHKの対応      | 12 |

放送法第27条

協会は、その業務に関して申出のあった苦情その他の意見については、適切かつ迅速にこれを処理しなければならない。

放送法第39条 第4項

会長は、3箇月に1回以上、自己の職務の執行の状況並びに第27条の苦情その他の意見及びその処理の結果の概要を経営委員会に報告しなければならない。

## 視聴者の意見・要望への対応状況

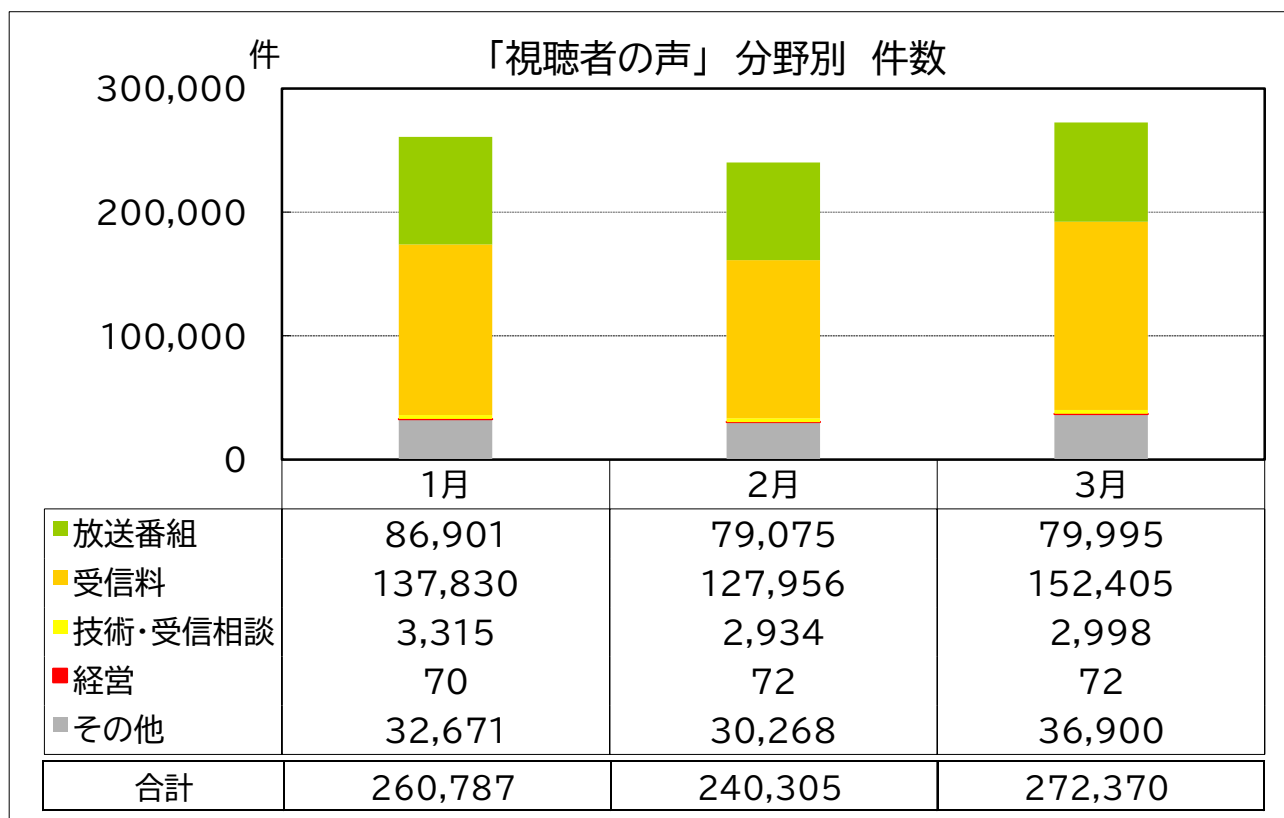
1月から3月に寄せられた視聴者の声の総数は77万3,462件でした。1月から3月に寄せられた声のうち、苦情を含めた意見や要望は10万9,025件で、9万7,527件(89%)は、ふれあいセンターのオペレーターなど、意見を受け付けた一次窓口で対応を完了しました。残る1万1,498件は放送の該当部局、担当地域の営業部や受信相談窓口で回答や説明などの二次対応をしました。本部各部局や全国放送局に直接届いた意見・要望については、原則一次窓口で完了しています。

|                | 意見・要望   | 問い合わせ   | その他    | 受付数     | 一次窓口で対応完了 | 該当部局で二次対応 |
|----------------|---------|---------|--------|---------|-----------|-----------|
| ふれあいセンター(放送)   | 50,006  | 95,831  | 66,219 | 212,056 | 43,477    | 6,529     |
| ふれあいセンター(営業)   | 7,237   | 303,067 | 9,388  | 319,692 | 5,006     | 2,231     |
| ふれあいセンター(受信相談) | 5,607   | 1,993   | 1,638  | 9,238   | 2,869     | 2,738     |
| 本部各部局          | 37,417  | 12,972  | 1,949  | 52,338  | 37,417    |           |
| 全国各放送局         | 8,758   | 150,752 | 20,628 | 180,138 | 8,758     |           |
| 合計             | 109,025 | 564,615 | 99,822 | 773,462 | 97,527    | 11,498    |

※ハートプラザ(放送センター)の受け付件数はふれあいセンター(放送)に含まれます。

## 視聴者の声の内訳

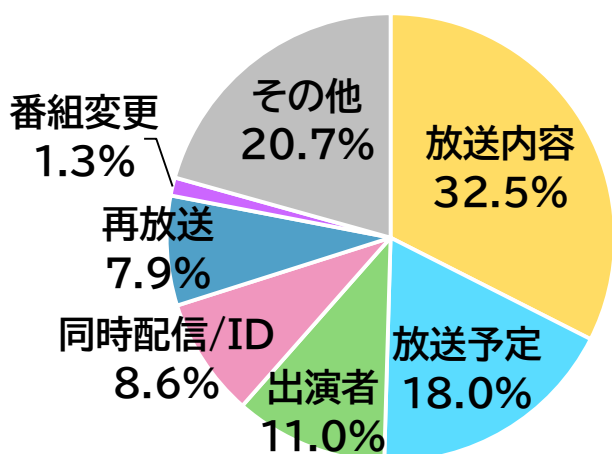
視聴者の声の分野別の内訳では、受信料関係が最も多く、次いで放送番組、技術・受信相談などとなっています。



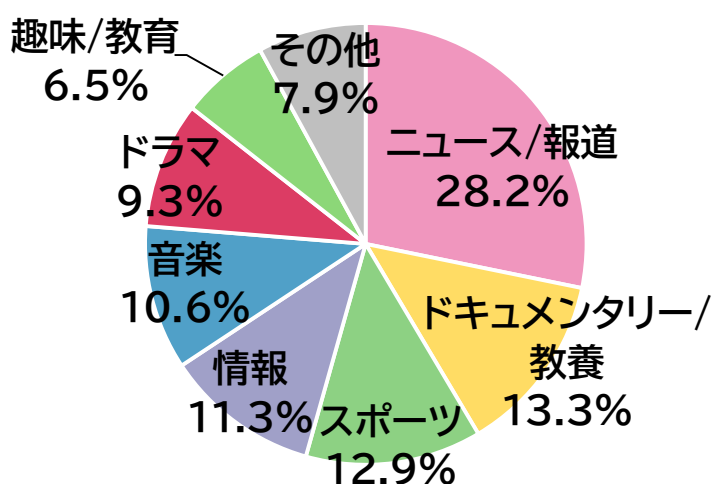
## 放送番組への声

1月から3月に放送番組に関して寄せられた意見や問い合わせは、24万5,971件でした。声の内訳は、放送内容に関するものが32.5%、放送予定に関するものが18%、出演者に関するものが11%などとなっています。また、番組のジャンル別では、ニュース・報道が28.2%で最も多く、ドキュメンタリー・教養が13.3%、次いでスポーツ、情報、音楽の順となっています。

この期間は、北京オリンピック・パラリンピックについて、2月11日にスノーボード男子ハーフパイプ決勝で、平野歩夢選手が滑走の直前にサブチャンネルへの切り替えが行われたことについての厳しい声を含め、多くの反響が寄せられました。



【受付内容】



【受付番組ジャンル】

## 受信料への声

1月から3月に受信料に関しては、41万8,191件の意見や問い合わせが寄せられました。

その98%は、受信料の額や契約手続きなどに関する問い合わせでした。

ふれあいセンター(営業)で受け付けた苦情や要望を含む声は7,237件で、このうち5,006件(69%)は一次窓口で対応が完了しました。残る2,231件(31%)については、担当地域の営業部・センターが二次対応しました。受信料制度などを丁寧に説明して理解を求めるとともに、各種手続きが24時間可能なホームページの「受信料の窓口」の利用を呼びかけました。

|        | 事由                     |       |
|--------|------------------------|-------|
| スタッフ関係 | 訪問員等の対応、説明不十分等         | 1,080 |
|        | 訪問日、訪問時間に対する不満         | 1     |
| 受信料制度  | 受信料制度への不満・不公平感         | 143   |
|        | 料金体系・料額への不満            | 35    |
| 事務処理関係 | 事務手続き(割引・返金等)の遅れ等による苦情 | 176   |
| 番組サービス | 「番組内容が悪い」等の不満          | 77    |
| その他    | 上記以外、営業活動や受信料について      | 5,725 |
| 合計     |                        | 7,237 |

## 技術・受信相談への声

1月から3月に技術・受信相談に関しては9,247件の意見や問い合わせが寄せられました。このうち、ふれあいセンター(受信相談)と各放送局で受け付けた意見や問い合わせは7,615件で、内訳は下記のように、受信不良の申し出が5,607件、受信方法やテレビのリモコンの操作方法などの技術相談は2,008件です。

受信不良の申し出については、一次窓口で対応を完了したのが2,869件(51%)で、残る2,738件(49%)は訪問による二次対応で直接、改善の指導や助言を行いました。技術相談については、ふれあいセンターや各放送局の受信相談窓口で対応しました。

| 事由                  |            |       |
|---------------------|------------|-------|
| 受信不良                |            | 5,607 |
|                     | 一次対応       | 2,869 |
|                     | 個別受信設備不良   | 2,325 |
|                     | 共同受信設備不良   | 373   |
|                     | 建造物による受信障害 | 27    |
|                     | 雑音障害       | 132   |
|                     | 混信・難視聴など   | 12    |
|                     | 二次対応       | 2,738 |
| 技術相談（受信方法などへの問い合わせ） |            | 2,008 |
| 合計                  |            | 7,615 |

## 経営への声

NHKの経営に関して、1月から3月の間に寄せられた声は214件でした。このうち、ふれあいセンター(放送)で受け付けたご意見・問い合わせは137件でした。内訳は、放送波の整理など経営計画についてが49件、受信料制度やスクランブル放送の要望など公共放送についてが44件などとなっています。丁寧に意見を伺うとともに、問い合わせについては対応資料などをもとに回答しました。

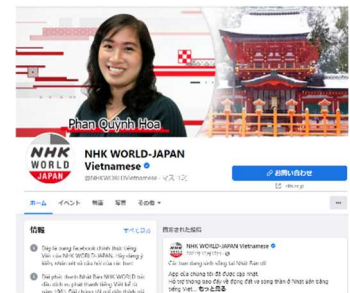
## インターネット活用業務への声

ふれあいセンターや全国のNHKが受け付けた視聴者の声のうち、インターネット活用業務には1月から3月までに4万2,241件の問い合わせや意見が寄せられました。最も多かったのは「NHKプラス」で3万5,479件と全体の84%を占めました。次いでNHKオンラインや各番組のウェブページなどの「ホームページ」、NEWS WEBなどNHKプラス以外の「動画音声配信」、「NHKオンデマンド」などとなっています。「NHKプラス」について、1月は、年末のNHK紅白歌合戦での登録申請急増を受けてのID登録に関する各種問い合わせが多く寄せられました。また、2月14日登録分から「確認コード」の入力が不要となったため、3月は確認コードに関する問い合わせが減少しました。

# 意見・要望を受けての改善・対応事例

## ■在留外国人に、大雪の際に役立つ情報を多彩に発信！ (1月)

強い寒波の影響で、各地で大雪などに対する警戒が必要になっていたこの冬、温暖な地域出身の在留外国人の方々から、NHKのフェイスブックなどに、例年より厳しい冬の生活についての不安の声が寄せられていました。



国際放送局フェイスブック  
(バトナム語)

### 【フェイスブックに寄せられた声】

- ・ 今年、寒くなるのが早い！まだ準備ができていないなあ。
- ・ この冬は、きっと雪が多いだろうなあ！心配だ！



国際放送局では、こうした声に応じて、日本国内で暮らす雪や寒さに慣れていない方々に安全に過ごしてもらうため、放送とSNSを通じて、多彩な情報を発信しました。



多言語防災情報ホームページ

ラジオとSNSでは、「大雪で車内に閉じ込められたら」と題した防災シリーズの企画を展開しました。車の中に閉じ込められそうになった際には、一酸化炭素中毒を防ぐため、車のマフラー周りを除雪することや、首都高速など高速道路会社が3者通話による多言語電話受付を行っていることなどについて、東南アジアなど、雪に不慣れた地域出身の在留外国人を念頭に、ノウハウをくわしく伝えました。



「大雪に閉じ込められたら」  
(バトナム語)



「大雪防災メモ」(バトナム語)

このほか、在留外国人向けに「大雪防災メモ 歩行・運転編」をSNSやホームページで発信しました。

この中では、「歩幅を小さくして、靴の裏全体を地面につける」いわゆる「ペンギン歩き」を心がけることなど、雪に不慣れた在留外国人向けに通勤通学に役立つ知識をわかりやすく伝えていきます。

この内容は、「大雪で車中に閉じ込められたら」とあわせて多言語まとめサイトにも掲載し、役立ててもらいました。

ベトナム語での「大雪防災メモ」の発信には、フェイスブック上で150以上の「いいね」が付けられたほか、下記のように、声を掛け合うようなコメントも寄せられました。

【フェイスブックに寄せられた声】

- ・ みなさん、雪の中の通勤、歩き方に気をつけてね！私は、きのう、橋の上で転んで寝そべっちゃったよ！
- ・ 雪に対応した靴が必要だね。みなさんは、もう買ったかな？

NHKでは、これからも、放送やインターネットを通して、在留外国人のみなさんの生活に役立つ情報を発信していきます。

■真夜中の子育て応援ラジオ番組、  
新タイトルで5年目のパワーアップ！  
(2月)



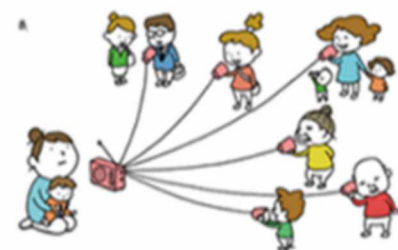
「ラジオ深夜便」で月に一度放送している「ママ☆深夜便」が、新年度から「みんなの子育て☆深夜便」にタイトルを変え、リニューアルされることになりました。この番組は2018年、「2時間おきの授乳で眠れずに聴いています」という母親から届いたはがきをきっかけに、慣れない子育てに疲れて、世の中に取り残されたような気持ちで過ごしている方々の「深夜の孤独な時間」に寄り添いたいとスタートしました。はがきを送っていただいた母親への思いを忘れずに番組を制作していこうと、「ママ☆深夜便」というタイトルで、半年に一度の特別番組として放送が始まりました。

制作スタッフがいちばん大事にしたのは、一つの答えを出す“子育て相談の番組”ではなく、年齢や性別に関係なく“みんなが参加できる番組”にすることです。ママ・パパの切実な声とともに、シニア世代や、子育てはしていないという方々からも寄せられた共感と応援の声が後押しとなり、「ママ☆深夜便」は、去年4月から月に一度のレギュラー放送となりました。ゲストを招いての「子育てリアルトーク」や朗読「真夜中の絵本」など子育てにまつわる多彩な内容でお送りしています。



【リスナーから寄せられた声】

- ・ 自分の時代は“男は仕事”が美学。子育ては妻に任せっきりだった。番組を聴いて今さらながら後悔している。自分のようにならないよう、若い同僚の子育てを応援したいと思う。 (50代男性)
- ・ 番組を聴いていると改めて、ママだけでなくパパはもちろん、家族や先生、ご近所さん等々、様々な人間関係の中で子供が育っていくのだなあと感じる。 (40代男性)



“ラジオでつながる子育て”  
番組イメージイラスト  
画 ヨシタケジンスケ



リスナーの輪が広がっていくにつれて、もっと番組を多くの人に聞いてもらいたい、という声が届くようになりました。その中には、「タイトル」についてのこんな声もありました。



### 【リスナーから寄せられた声】

- ・ 「ママ深夜便」はあるが、「パパ深夜便」も放送してはどうだろう。 (70歳以上男性)
- ・ 子育てをするのは“ママ”だけではないのだから、タイトルは『ママ深夜便』ではなく『子育て深夜便』や『パパママ深夜便』などに変えてもいいのでは？ (19歳以下女性)



深夜便リスナーの皆さんが、世代も性別も超えて、子育て世代に寄り添い応援していること、つながっていることをもっと共有できる形にパワーアップしたいと考え、番組では、「ママ☆深夜便」に代わるタイトル案を一緒に考えてほしいと呼びかけることにしました。

番組ホームページでの新タイトル募集告知(募集は終了しています)

新タイトル募集には、リスナーのみなさまからメールや手紙で100件近い応募がありました。



### 【リスナーの声・番組へのお便りから】

- ・ 例えば「子育て深夜便」というのはどうだろう？ (30代)
- ・ ママ深夜便のリニューアルにあたって、タイトルは「夢みる深夜便」「未来の深夜便」などどうですかね～。(60代女性)
- ・ 「ファミリー深夜便」はどうだろう。やはり最後はファミリーの絆、ファミリーの力がさらに高まってこそママの子育ての応援にもなるのでは？ (70歳以上男性)
- ・ 「ママ深夜便」という言葉の響きも好きだったので、「変更しない」に一票！ (20代)



リスナーのみなさまから寄せられたさまざまなアイデアの中から、新しいタイトルは「みんなの子育て☆深夜便」に決まり、2月24日の放送のエンディングで発表されました。

# みんなの子育て☆深夜便

新しい番組ロゴ

新しい「みんなの子育て☆深夜便」では今後も、子育て中のみなさんを応援する情報や話題、音楽をさまざまな形で発信していきます。新たなタイトルでの初回放送は4月28日(木)深夜です。ますますパワーアップする「みんなの子育て☆深夜便」に、どうぞご期待ください。



## ■“より読みやすく、見分けやすい”「ユニバーサルデザイン」の導入拡大 (3月)

テレビ画面の図表や字幕などについては、「もっと見やすくしてほしい」という声をいただき、去年6月に「ニュース地球まるわかり」の番組内での文字表記に「ユニバーサルフォント」を導入した事例を紹介しましたが、その後も、局内で勉強会などを行っています。放送の中で、より一層「ユニバーサルデザイン」の活用を進めている取り組みをご紹介します。

この画像はこの春から使用しているプロ野球の順位表ですが、これまでとどう変わったのか分かりますか？

NHKでは、ニュースなどで使用する文字に、より読みやすい書体や見分けやすい配色を採用し、正しい情報がどなたにも分かりやすく伝わるように改善を重ねています。

| 17日現在    | 勝  | 負  | 分 | 率    | 差   |
|----------|----|----|---|------|-----|
| 1 楽天     | 10 | 3  | 0 | .769 |     |
| 2 ソフトバンク | 11 | 5  | 1 | .688 | 0.5 |
| 3 ロッテ    | 8  | 9  | 0 | .471 | 3.5 |
| 4 オリックス  | 8  | 10 | 0 | .444 | 0.5 |
| 5 西武     | 7  | 11 | 1 | .389 | 1.0 |
| 6 日本ハム   | 6  | 12 | 0 | .333 | 1.0 |

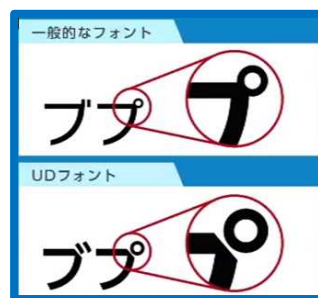
4月17日放送「サンデースポーツ」より

### 【視聴者から寄せられた声】

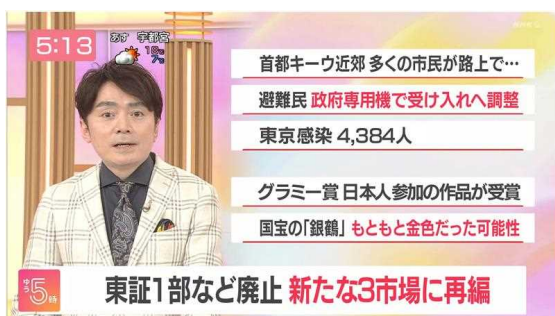
- ・ NHKの放送をよく見るが、細かい文字がつぶれて見えるときがある。 (70歳以上男性)
- ・ 番組を見ていてメモをとりたいときに文字の書体が細く読み取れない場合がある。もう少し太くするなど工夫をしてもらいたい。 (50代女性)



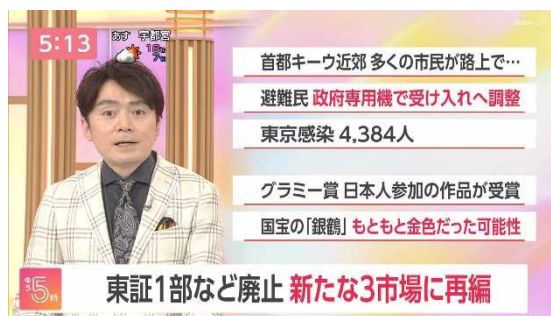
こうした視聴者の声を受けて、ニュース・報道番組を中心に、新たな書体、ユニバーサルデザイン(UD)フォントを導入しました。



従来一般的なフォントと比べてみますと、横の棒を太くする、文字と濁点、半濁点の間にスペースをつくるなど、より読みやすくなるようにさまざまな工夫がされています。



従来



UDフォント

また、特定の色を見分けにくい視聴者の方から、このようなご意見もいただきました。

#### 【視聴者から寄せられた声】

- ・ わたしには色覚障害があり、天気予報では緑の地図の上に赤い文字で気温が表示されるなど、色の区別が困難なときがある。改善をお願いしたい。(40代男性)



こうした声にお応えて、気象情報の画面の一部を変更しました。NHKではニュースグラフィックの担当者が中心となり、色を見分けにくい視聴者の方にも伝わるように配色などに改善を重ねました。



従来



改善後

視聴者の方からは、さっそく改善した点について声が寄せられました。

#### 【視聴者から寄せられた声】

- ・ 気象情報の地図の色が変わったことに気がついた。さまざまな意見があると思うが、私にはとても見やすい。(50代男性)
- ・ 知人の子供は色を見分けるのが苦手なのだが、ユニバーサルデザインを取り入れたNHKの気象情報を見て、地図の見え方に感動したようだ。こうした取り組みは今後も進めてほしい。(60代女性)

NHKはどのような時にも情報を正確に、わかりやすく伝えられるよう、「ユニバーサルデザイン」を拡充し、公共メディアとして「あまねく伝えること」を実現してまいります。

## ■視聴者の声を受けたその他の対応事例など

### NHKニュース・防災アプリ 特集記事一覧のデザイン改善

▼「NHKニュース・防災アプリ」に掲載されている特集記事一覧をカテゴリー別に配置して、記事を探しやすくしてほしいという要望が寄せられていました。

➡要望に応じて、「NHKニュース・防災アプリ」では、1月下旬から、「WEB特集」「NewsUp」「ビジネス特集」などのカテゴリー別に見やすく整理して配置する形式にリニューアルし、記事の見つけやすさを改善しました。

## 鹿児島放送局ハートプラザでの視聴者対応がネットで大きな反響

- ▼1月26日、鹿児島放送局ハートプラザに訪れた男性が「鎌倉殿の13人とは、誰のことなのか」とスタッフに尋ねたところ、対応したスタッフは、13人の名前にふりがなを添えた手書きのメモをその場で作成し、手渡しました。
- ➡この対応について、男性のご家族がメモの写真を添えてツイッターに投稿したところ、数日の間に3万4千件の「いいね」が寄せられたほか、「真心がこもったおもてなし」「きちんと振り仮名まで振ってある。私もそういう仕事ができる人になりたい」といったリツイートがネット上で広がるなど、非常に大きな反響を呼びました。

## 北京オリンピック 競技者名などの画面表示について

- ▼2月5日の北京オリンピックのスノーボードの中継を視聴していた50代男性から、「画面に字幕表示が少なく、誰が競技しているのか分かりづらい」という電話が「ふれあいセンター(放送)」に寄せられました。
- ➡このご意見については現場が速やかに対応し、翌日から競技者情報の字幕の表示を増やしたところ、この男性から、ふれあいセンター(放送)に「すばやい対応に感謝したい」という電話がありました。

## 誤記・誤読・間違い指摘への対応

視聴者からの指摘をもとに確認したテロップのミスや誤読などの件数は、1月は64件、2月は55件、3月は72件ありました。番組ページやニュースサイトなどのミスは、1月は36件、2月は37件、3月も37件でした。視聴者からの指摘については、直ちに番組担当者に連絡し、修正などの対応をとりました。

## その他のNHKの対応

### ■BS1スペシャル「河瀬直美が見つめた東京五輪」調査報告について

BS1スペシャル「河瀬直美が見つめた東京五輪」(2021年12月26日に初回放送)で、字幕の一部に誤りがあったことについて、ずさんな取材や制作のチェック体制を批判する声や、経緯を詳細に報告すべきだという意見、五輪反対デモについて誤った印象を与えかねないという指摘など、厳しい声が視聴者のみなさまから寄せられました。

今回の事案は、「NHK放送ガイドライン」で定めた取材や制作のあらゆる段階で真実に迫ろうとする姿勢を欠くものでした。NHKでは、2022年1月に“「BS1スペシャル」報道に関する調査チーム”を放送現場から独立した形で設置し、問題の原因を究明するため、関係者のヒアリングを行うとともに、再発防止策を検討して、2月10日に調査報告書を公表しました。報告書では、番組について「あいまいな情報をもとに、裏付け取材が行われぬまま番組の制作が進み、上司によるチェックも十分行われず、誤った内容の字幕をつけたシーンが放送された」、「担当者間で、当該シーンが視聴者にどう受け取られるかという認識が欠落していた」、「すでに導入している事実確認のためのルールが守られずチェック機能が働かなかった」と指摘し、「自らを律するために定め、放送現場で働く職員たちにとって基本となる『NHK放送ガイドライン』から逸脱しており、ずさんな対応だったと言わざるを得ない」と総括しました。

同日、NHKは、この番組をめぐる問題で、担当のディレクターやその上司6人の懲戒処分を決めたほか、大阪拠点放送局長が役員報酬の一部自主返納を申し出ました。

NHKは今回の事態を重く受け止め、再発防止に向けて実効性のある対策を放送現場に浸透させるため、以下の取り組みを強化しています。

#### ① ルールの徹底とチェック体制の強化

全国の取材・制作現場に、「匿名チェックシート」や「複眼的試写」など、これまでのチェックのルールをさらに強化するよう指示したほか、番組やデジタルコンテンツの制作にかかわる全部局に、番組やコンテンツの内容が放送ガイドラインに沿って、正確かどうか、リスクがないかをチェックする「コンテンツ品質管理責任者」を新たに配置しました。また本部のメディア総局メディア戦略本部では、番組やコンテンツの品質管理をサポートする事務局機能を強化し、全国の責任者への連絡・指導を行っています。

#### ② BS1スペシャルのチェック強化

NHKスペシャルなどと同様に本部内に事務局を設け、番組の提案・採択の段階から放送まで、チェック機能を働かせています。

#### ③ 全国での勉強会の実施と研修・人材育成の強化

今回の問題で教訓となったあいまいな情報取材と、事実確認や裏付け取材の欠如、上司のマネジメント不足などの課題を共有し、再発防止策を徹底させるため、新たに配置した全国のコンテンツ品質管理責任者を対象に、今回の調査結果を理解し、複眼的試写の具体的なポイントなどを学んだり意見交換したりする勉強会を実施しました。さらにコンテンツ品質管理責任者はそれぞれの制作現場で取材・制作に関わる職員・スタッフを対象に同様の勉強会を実施します。

コンテンツ品質管理責任者に対しては、今回の問題と再発防止策だけではなく、過去に放送倫理上問題があった事案と導入された対策などを共有し、現場での日々の指導と人材育成を担わせます。

今後も再発防止に向けて全局的な取り組みを進め、視聴者のみなさまの信頼に応えられる番組を取材・制作してまいります。